

Министерство образования и науки Российской Федерации
Хакасский технический институт – филиал федерального государственного
автономного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
« СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ »
Экономика и менеджмент
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. В. Панасенко
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Разработка бизнес-плана автомойки самообслуживания в г. Абакан
тема

Руководитель _____ Н.Ю. Овчарук
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ Т.В. Вихрева
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретическая часть 1 Теоретические аспекты разработки бизнес-плана.....	8
1.1 Бизнес-планирование: сущность и понятийный аппарат	8
1.2 Предпринимательский процесс, цели и функции бизнес планирования.....	10
1.3 Сравнительный анализ существующих подходов к созданию бизнес-плана и бизнес-модели.....	16
2 Проектно-аналитическая часть 2 разработка бизнес-плана открытия автомойки самообслуживания.....	24
2.1 Резюме проекта	24
2.2 Характеристика услуги	25
2.3 Анализ рынка сбыта	29
2.4 Анализ конкурентоспособности	29
2.5 План маркетинга.....	30
2.6 Производственный и организационный план	36
2.7 Финансовый план	40
Заключение	44
Список использованных источников	47
Приложение	50

ВВЕДЕНИЕ

Бизнес план является одной из самых важных составляющих внутрифирменного планирования. Этот план дает характеристику процесса, объясняет, как функционирует предприятие, показывает, как руководители

будут достигать поставленные задачи, в первую очередь – увеличение прибыли компании.

Бизнес-план описывает то, к чему будет стремиться предприятие, как оно добьется своей цели, и как все будет выглядеть после осуществления поставленных задач.

Как в случае создания новой организации, так и в случае возникновения кризисных ситуаций, бизнес-план предприятия является одним из инструментов принятия эффективных решений по достижению поставленных целей, минимизации влияния негативных факторов и улучшению финансового состояния. Кроме того, бизнес-план – это эффективный инструмент планирования развития организации, в том числе, модернизации производства, разработки и реализации иных технологических, организационных и инвестиционных решений. Именно поэтому, вопрос создания культуры бизнес-планирования в реальном секторе экономики на сегодня является важной экономической задачей.

Многолетний опыт зарубежных фирм и российских предприятий показывает, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное осуществление, зачастую приводят в неоправданным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству.

Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов рыночной деятельности компании и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В плане характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается, и определяются пути и методы их решения. Отсюда бизнес-план выступает одновременно в качестве поисковой, научно-исследовательской и проектной работы.

Таким образом, составление бизнес-плана актуально для организаций различных сфер деятельности, поскольку позволяет спланировать и оптимизировать ресурсы для максимизации финансового результата компании.

Целью данной дипломной работы является разработка бизнес-плана создания автомойки самообслуживания и оценка его экономической эффективности.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие основные задачи:

- рассмотреть структуру и содержание бизнес-плана;
- ознакомиться с методологией бизнес-планирования;
- рассмотреть специфику открытия предприятий сферы автомоечного бизнеса в современных условиях;
- разработать бизнес-план открытия новой автомойки самообслуживания;
- оценить экономическую эффективность проекта.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Бизнес-планирование: сущность и понятийный аппарат

В настоящее время существует множество различных трактований, формулировок и определений такого термина, как “бизнес-планирование” и

“бизнес-план”. Первое в большей степени характеризует процесс создания конечного представления о бизнесе, а бизнес-план является готовым результатом проведённого процесса.

В современной практике бизнеса бизнес-план представляет собой краткое, четкое, точное, понятное и доступное изложенное описание бизнеса. Это важный инструмент для рассмотрения различных вариантов развития ситуации с целью принятия наиболее перспективного, оптимального решения для достижения поставленных целей.

Е.Р. Орлова называет бизнес-план “основой управления как коммерческим проектом, так и самим предприятием, реализующим этот проект” [26, с. 10]. В связи с наличием бизнес-плана у руководителей появляется шанс взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Да и сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет “собраться”, мобилизоваться, сосредоточиться.

Как отмечает М.В. Романова: “бизнес-план является документом, который включает в себя список необходимых потребностей и мер для всех основных сторон нового предприятия: его промышленных, коммерческих и социальных проблем” [29, с. 15].

Бизнес-план охватывает практически все функциональные направления предприятия, начиная от детального описания технологии бизнес-проекта и заканчивая глубокими финансовыми расчетами эффективности хозяйствования. Поэтому его разработка и контроль реализации значительно способствует как повышению эффективности, так и снижению рисков в учреждении новых направлений предпринимательской деятельности.

Документально зафиксированный план бизнеса даёт возможность тому, кто его читает, быстро понять основную концепцию и специфику бизнеса и принять определённые решения или действия, в зависимости от того, кому предназначен бизнес-план (учредителям, инвесторам, кредиторам и т.д.).

Краткое резюме бизнес-плана, в свою очередь, должно содержать следующие аспекты:

- идею бизнеса;
- описание команды;
- стратегии достижения цели бизнеса;
- доводы почему цель достижима;
- финансовые прогнозы;
- любые основные риски и каким образом их можно свести к минимуму

[14, с. 106].

Согласно одному из наиболее популярных за рубежом и применяемых на практике определений, бизнес-план трактуется, как “письменный документ, который описывает цели бизнеса, стратегии их достижения и потребительский рынок, а также финансовые прогнозы компании на нём” [9, с. 26]. Бизнес-план согласно данному определению имеет множество функций, которые варьируются от таких, как обеспечение финансирования до оценки успешности бизнес-идеи.

Важно отметить, что за рубежом определение бизнес-плана имеет более прикладной характер, чем в российской действительности, данный факт подтверждается существованием таких определений термина, как следующее: “бизнес план – это широкий обзор бизнеса, который подразумевает описание процесса создания и целей создания компании, уникальности услуг/продуктов, предоставляемых организацией и рассмотрением путей развития бизнеса в ближайшие несколько лет” [17, с. 60].

На сегодняшний день бизнес-планирование является одной из главных функций управления любым предприятием. Именно с бизнес-планирования начинается как создание, так и функционирование хозяйствующего субъекта [14, с. 11].

Бизнес-планирование неверно сводить к созданию конечного продукта – бизнес-плана как такового. Методы бизнес-планирования применяются для решения более широкого круга вопросов. К таким относится освоение новых

сфер производственной или коммерческой деятельности, слияние с другими компаниями или их приобретение, разработка долгосрочных программ развития.

Внутренние потребности организации в бизнес-планировании заключаются в полезности системного анализа бизнеса, а также в представлении программы деятельности в структурированном виде, позволяющем вести непрерывный мониторинг.

Внешние потребности организаций в бизнес-планировании связаны с борьбой за финансовые ресурсы и необходимостью обеспечивать прозрачность ожидаемой доходности для инвесторов.

Грамотно разработанный бизнес-план описывает все аспекты будущего проекта, содержит в себе техническое, организационно-экономическое, финансовое, управленческое обоснования дела, на основании которого инвесторами принимается решение о вложении капитала в конкретный проект, а также выступает инструментом управленческой деятельности [18, с. 87].

Таким образом, под бизнес-планом следует понимать документально-закреплённый текст, который служит описанием целей, задач, стратегий и тактик их достижения компанией.

1.2 Предпринимательский процесс, цели и функции бизнес планирования

Учитывая, что исследованием вопросов бизнес-планирования занималось и продолжает заниматься множество учёных и бизнес-практиков, существует достаточно большое количество трудов на тему определения важности, целей, задач написания бизнес-плана и функций, которые он реализует. Рассмотрим некоторые из них, которые наиболее часто применяются в современном бизнес-планировании.

Перед определением основных целей бизнес-планирования и его функций, необходимо заметить, что сам процесс составления и подготовки

бизнес-плана тесно связан с предпринимательскими навыками человека, его составляющего. Само по себе слово предприниматель образовалось от французского слова *entreprendre*, что в переводе означает «предпринять». Важно отметить, что предприниматель – это тот, кто берёт на себя обязанности и ответственность за организацию, управление и возможные риски в процессе ведения бизнеса. Более того, сегодня предприниматель – это новатор, который умеет трансформировать и коммерциализировать идеи разработчиков в реальные товары и услуги; добавлять ценность посредством использования собственного времени, денег, опыта и навыков; прогнозировать риски, связанные с действиями конкурентов на рынке. Важно отметить, что понятие предприниматель развивалось и видоизменялось на протяжении многих лет, однако, несмотря на множество существующих трактовок, зачастую каждое из определений включает в себя следующие типы навыков (поведенческих аспектов личности), которые в свою очередь необходимы при написании бизнес-плана:

- креативность: создание нового бизнеса/бизнес-направления;
- инновационность: новый бизнес подразумевает создание нового продукта, процесса, бизнес-схемы, рынка, материала или организации;
- прогнозирование рисков: владелец бизнеса всегда несёт ответственность за возможный риск потенциальных убытков и прекращения существования компании в целом;
- способность к руководству: бизнесмен/предприниматель умеет грамотно управлять компанией и распределять ресурсы организации;
- нацеленность на развитие: постоянное желание, реализуемое в стратегических целях о достижении высоких показателей роста и/или прибыли [19, с. 52-53].

Таким образом, предприниматели – это люди, которые могут брать на себя ответственность по проектам, имея при этом «отличительные» способности, специальные преимущества, что подразумевает то, что пока проектом управляет предприниматель, показатель неопределённости будущего

компании меньше, чем если во главе организации будет правительство, финансист или иное третье лицо.

Согласно исследованиям А. Остервальдера и Ив Пинье, предпринимательский процесс начинается с появления инновационной идеи для продукта, процесса или услуги, которая продумывается в деталях и имеет «завершённую форму» [27, с. 20]. Наряду с основной предпринимательского процесса, инновационная идея является стартовой точкой для начала создания бизнес-плана проекта/компании. Промежуток времени на данной стадии предпринимательского процесса может измеряться месяцами или даже несколькими годами, прежде чем потенциальный предприниматель (владелец бизнеса) перейдёт к следующей стадии. Обычно для перехода на следующий этап предпринимательского процесса, должно произойти специфическое событие или явление, которое подтолкнёт организатора к переходу от стадии раздумий к стадии действий.

Применение технологий бизнес-планирования в современных нестабильных условиях – неотъемлемая часть деятельности руководителя. Необходимость ее применения возникает не только при создании предприятия, но также и на разных этапах его существования. Для разработки любого вида бизнес-плана возможно применение технологической схемы разработки.

Известно, что различные стадии предпринимательского процесса требуют определённых навыков и внимания. Одним из наиболее цитируемых и применяемых на практике является модель предпринимательского процесса, разработанная Джеймсом Муром в 1986 году. На рисунке 1 представлена модифицированная модель Мура предпринимательского процесса.

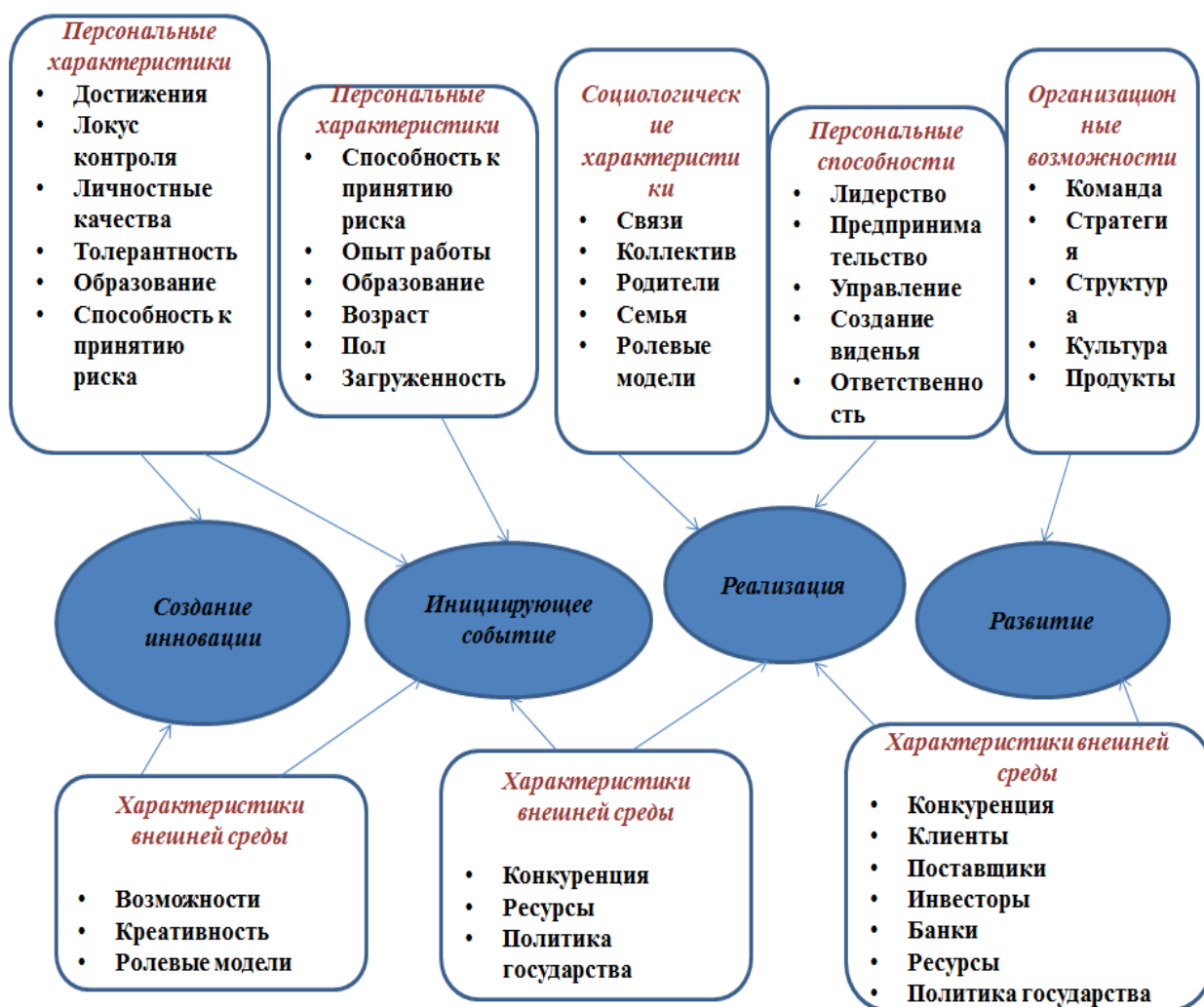


Рисунок 1.1 - Предпринимательский процесс, раскрывающий этапы различных влияний во времени [28, с. 31]

Таким образом, принимая во внимание этапы предпринимательского процесса, важно осознавать человеку, который собирается быть управленцем собственного бизнеса, какими навыками и характеристиками он должен обладать для успешного составления бизнес-плана, а также для последующей реализации всех его этапов.

Зачастую бизнес-план разбит на семь секций, которые включают следующие компоненты:

- краткий обзор концепции бизнеса или сводный план;
- описание бизнеса;
- стратегии поведения на рынке;
- анализ конкуренции;

- необходимый НИОКР (R&D);
- операционный план управления;
- финансовая информация.

Однако стоит учитывать кто является целевой аудиторией составляемого бизнес-плана и какие цели преследует автор при его составлении, так как в зависимости от этих данных может видоизменяться структура бизнес-плана.

Чёткое и краткое распределение целей бизнес плана приводит В.А. Морошкин, который говорит о том, что цель бизнес-плана в первую очередь зависит непосредственно от конечного пользователя данного документа. На рисунке 2 отражены цели бизнес-плана в зависимости от аудитории, которая будет его читать или применять в операционной деятельности.

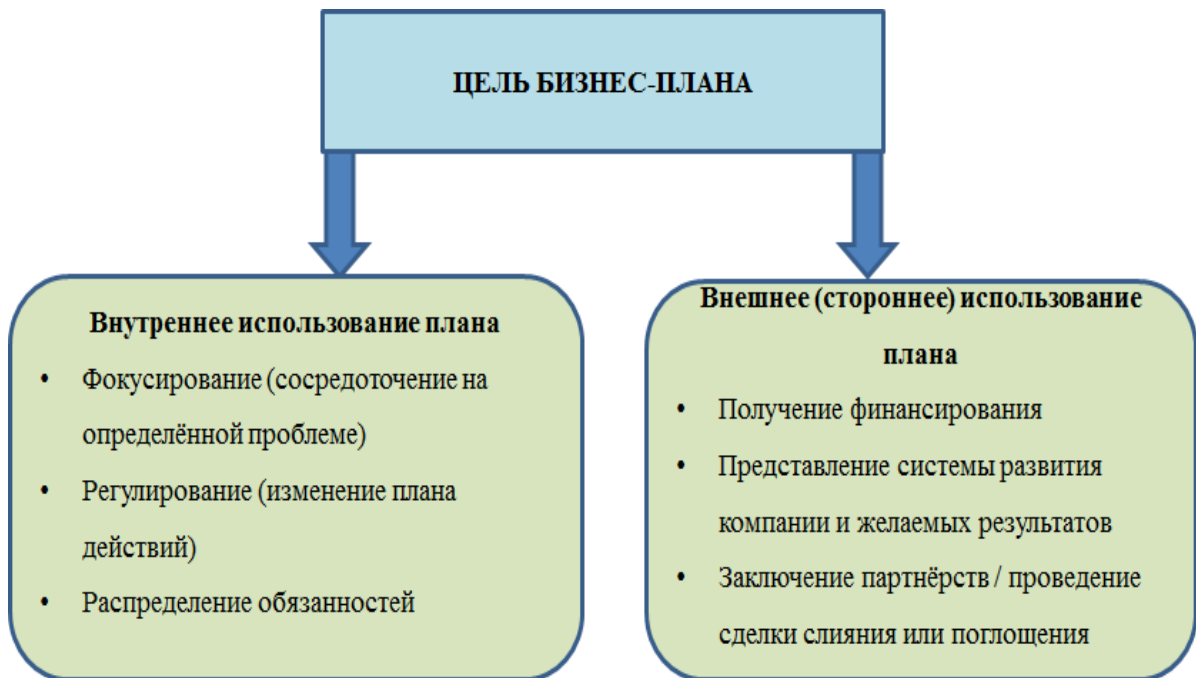


Рисунок 1.2 - Цели бизнес-плана в зависимости от конечного пользователя [24, с. 59]

Помимо определения основной цели создания бизнес-плана, которая задаёт приоритеты при формировании его структуры, важно понимать какие задачи он решает. В литературе встречается множество вариаций формулирования задач написания бизнес-плана, например, согласно трудам А.М. Сатаева, бизнес-план способствует решению задач, которые представлены на рисунке 1.3.



Рисунок 1.3 - Задачи бизнес-плана [31, с. 38]

Процесс бизнес-планирования является ключевым элементом управления во время ведения предпринимательской деятельности, который имеет следующие функции:

- прогнозирование (предположение и обоснование желаемых результатов предпринимательской деятельности с учётом всех факторов влияния и имеющихся ресурсов);
- инициация (активирование, мотивация и стимулирование действий согласно намеченным этапам реализации проекта);
- оптимизация действий (постоянный контроль и выбор наиболее эффективных схем развития компании в реальных условиях экономики);
- организация порядка исполнения этапов предпринимательской деятельности;
- контроль (обеспечение гибкости управления и оперативного вмешательства в текущую деятельность, с целью корректировки плана мероприятий.) [25, с. 12].

Как и любой процесс планирования, бизнес-планирование является динамическим процессом и крайне важным этапом для последующего достижения организацией своих конечных целей, но в любом случае важно принимать во внимание его основные функции и предназначение для того, чтобы сформулировать обоснованный и готовый к применению на практике бизнес-план.

1.3. Сравнительный анализ существующих подходов к созданию бизнес-плана и бизнес-модели

В данном параграфе рассмотрим и сравним некоторые из существующих в современной литературе моделей бизнес-планирования такие, как Dynamic business idea model «динамическая модель развития бизнес идеи» С. Хоффена [34], бизнес модель А. Остервальда Канвас [27] и модель Вейла и Витали под названием The Atomic Business Model [35]. Указанные модели рассматриваются с целью выявления наиболее подходящей модели для составления бизнес-плана в данном исследовании.

1. Dynamic business idea model (DBIM).

В своих работах Хоффен разработал структуру бизнес-плана, которая акцентирует внимание на динамической модели развития бизнес идеи. Согласно данному подходу структура бизнес-плана включает в себя следующие элементы:

- основная информация о бизнесе и его основателе;
- динамическую модель развития бизнес идеи;
- предпосылки для начала основания бизнеса, как нового элемента рынка и предположения о жизнеспособности бизнес идеи;
- цели компании;
- финансовые ресурсы;
- стратегии достижения прибыльности компании;
- SWOT-анализ бизнеса;

- основные выводы и резюме проекта.

Важно отметить, что структура бизнес-плана, разработанная Хоффеном, схожа со многими другими теоретическими подходами к подготовке бизнес-плана, однако, предложенная автором DBIM модель, как составная часть бизнес-плана, является уникальной, именно поэтому данный метод представляет особый практический интерес. На рисунке 4 отражены основные структурные элементы бизнес-плана.

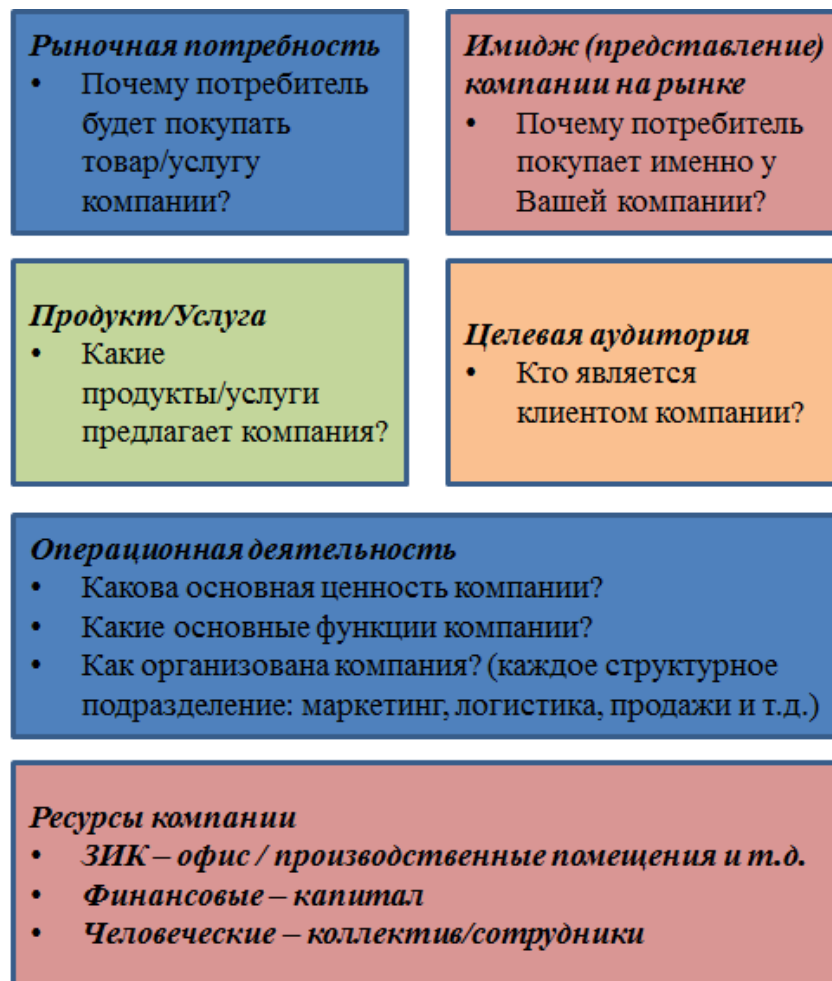


Рисунок 1.4- DBIM модель бизнес-плана по Хоффену [34, с. 35]

Как видно из диаграммы, данный подход к составлению бизнес-плана содержит шесть основных блоков, которые необходимо качественно проанализировать в процессе разработки готового бизнес-плана. Данные шесть элементов включают следующие:

- потребность рынка;

- маркетинг. Представление компании на рынке;
- описание продукта или услуги;
- целевая аудитория;
- бизнес-модель компании (описание функционирования бизнеса);
- ресурсная модель.

По мнению автора модели, при грамотном определении и анализе каждой категории, бизнес-план будет чётко определён и самое главное будет ясно отражена бизнес идея, которая будет понятна каждой группе стейкхолдеров.

2. Бизнес модель Канвас (BMC)

Согласно определению Остервальда, BMC является инструментом предпринимательского и стратегического управления для разработки и документарного оформления бизнес модели, которая существует в виде идеи у основателя бизнеса [27 с. 62]. Можно говорить о том, что данный подход к составлению бизнес-плана представляет собой «наглядный график», включающий в себя девять элементов, которые можно объединить в 4 группы, а именно:

1) Инфраструктура – определяет каким образом и с помощью чего бизнес создаёт ценность и состоит из трёх областей:

- ключевые процессы – наиболее важные функции бизнеса по созданию ценности для клиентов;
- основные ресурсы – многообразие ресурсов (человеческих, финансовых и т.д.), которые необходимы для создания ценности клиентам;
- ключевые партнёры бизнеса – те партнёрские взаимоотношения, которые влияют на процесс создания ценности для клиентов.

2) Ценностное предложение – продукты или услуги, которые создают ценность для конечного клиента компании и отличают её от остальных конкурентов на рынке.

3) Клиенты компании – целевая аудитория, способы взаимодействия, сегментация рынка.

- взаимоотношения с клиентами – способы привлечения новых клиентов, удержания существующих и дальнейшее развитие отношений с каждой из групп;

- каналы сбыта;

- сегментация рынка – определение основной целевой аудитории, потенциальных групп клиентов компании.

4) Финансовые показатели – описание основных двух финансовых потоков компании входящих и исходящих.

- структура затрат – описание основных финансовых моделей и инвестиций, необходимых для создания товаров или услуг;

- источники доходов – способы получения финансовых доходов от деятельности организации [27, с. 67].

Основным достоинством бизнес-модели Канвас является то, что она способствует согласованию отдельных элементов деятельности компании и даёт возможность наглядно проиллюстрировать «точки соприкосновения» деятельности структурных подразделений фирмы для нахождения компромисса. Структурные элементы подхода к составлению бизнес-плана представлены на рисунке 5.



Рисунок 1.5 - Бизнес модель Канвас – структурные блоки [27, с. 69]

Важно также отметить, что Остервальд в своих работах писал, что «бланк канвы» для составления бизнес-плана больше походит на «холст картины», где

«рисуются» структура компании. Согласно рекомендациям А. Остервальда, каждая организация должна иметь в распечатанном или нарисованном виде «бланк канвы» на стене в офисном помещении, на которой будут отражены все основные девять элементов. На рисунке 6 отражен пример бланка для составления бизнес-плана компании.



Рисунок 1.6 - Диаграмма «Бланк канвы» [27]

3. «Атомная» бизнес-модель (ABM).

Данный подход к созданию бизнес-плана был разработан двумя авторами Питером Вейлом и Майклом Витале. Согласно их модели, бизнес-план представляет собой описание ролей и взаимоотношений между потребителями компании, клиентами, поставщиками и партнёрами, а также данный инструмент даёт возможность отразить основные потоки ресурсов такие, как продуктовые, информационные и финансовые и выгоду от обмена ими между основными стейкхолдерами бизнеса [35, с. 19].

Согласно модели Вейла и Витале, в ходе разработки бизнес плана проектируется восемь микро бизнес моделей (атомных БМ). Каждая из этих моделей описывает отдельный способ ведения бизнеса, но, также все эти модели могут быть скомбинированы между собой для того, чтобы

сформировать итоговый вариант бизнес модели компании и выработать бизнес инициативу. В своих работах авторы разработали формулировку (формальную систему/систему обозначений), которая призвана помочь предпринимателю проанализировать бизнес инициативы. Данная формальная система представляет собой графическую презентацию, цель которой выделить наиболее важные структурные единицы бизнес модели. Как уже отмечалась, она включает в себя отражение интересов компании, поставщиков, партнёров и клиентов, основные потоки (информационные, ресурсные, продуктовые и финансовые), а также доходы и затраты.

4. «24 шага к успешному стартапу».

Данная методика была описана известным американским предпринимателем Стивом Бланком в его книге «Стартап. Настольная книга основателя». Смысл подхода к созданию бизнес-плана заключается в том, что потенциальный предприниматель, который заинтересован в организации успешного бизнеса, как в инновационной сфере, так и в традиционной, должен качественно рассмотреть 24 основные этапа. При этом каждый из этапов логически выстроен в последовательную систему и взаимосвязан с предыдущими [32, с. 201].

В книге Стивена Бланка, методика создания успешной компании представлена в виде интегрированной панели инструментов, которая подразумевает двадцать четыре шага. Все этапы подразделены на пять блоков, темы которых можно сформулировать посредством следующих вопросов:

- Кто ваши клиенты?
- Что вы можете предложить вашим клиентам?
- Каким образом клиенты будут получать ваш продукт/услугу?
- Каким образом вы зарабатываете на своём продукте?
- Как вы масштабируете свой бизнес?

Графически данный инструмент представлен на рисунке 7



Рисунок 1.7 - «24 шага к успешному стартапу» [32, с. 203]

Отдельно следует упомянуть методику UNIDO, которая представляет собой некий универсальный язык общения, которым могут пользоваться специалисты в сфере финансового анализа, инвестиционного проектирования, а также менеджеры различных направлений работы. Методика компании UNIDO (United Nations Industrial Development Organization – организация, занимающаяся промышленным развитием при ООН, которая в 1978 году разработала методику, оценивающую инвестиционные проекты) рекомендует проектировать ход проекта в виде цикла, состоящего из трех фаз:

- а) прединвестиционная;
- б) инвестиционная;
- в) эксплуатационная [6, с. 39].

Авторами этой методики, ставшей общепринятым мировым стандартом, являются П.Хавранек и В.Беренс.

Методика разработки бизнес-стратегии ЕБРР основывается на финансовых вопросах, а также отличается своей краткостью. Структура ее выглядит так:

- титульный лист.
- конфиденциальность.
- резюме;
- информация о предприятии (история создания и развития, руководящий состав, текущая деятельность, состояние финансов, кредиты).
- информация о проекте (общие сведения, инвестиционный план, маркетинговый анализ, описание процесса производства, план привлечения финансов, оценка экологии);
- финансирование (графики поступления средств и погашения кредитов, информация о залоге и поручительстве, описание деятельности, на которую будет потрачен кредит, анализ SWOT, возможные риски и пути их предотвращения) [5, с. 170].

Собственно, на какую из методик падет выбор предпринимателя в процессе составления бизнес-плана, большой роли не играет. Важно, чтобы готовый документ содержал все необходимые разделы, в которых бы анализировались все аспекты стратегии развития, достоверные показатели, основанные на документальном подтверждении. И главное, чтобы он был понятен всем тем лицам, для которых он составлен.

ПРОЕКТНО - АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС – ПЛАНА ОТКРЫТИЯ АВТОМОЙКИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

2.1 Резюме проекта

Наименование проекта: «Разработка бизнес – плана открытия автомойки самообслуживания в городе Абакан».

Местонахождение проекта: 655004, Республика Хакасия, город Абакан, ул. Некрасова, д. 35.

Организационно - правовая форма реализации проекта: индивидуальный предприниматель.

Цель проекта – создание эффективного бизнеса и проникновение на рынок.

Сроки реализации проекта:

Финансирование проекта планируется осуществлять за счет собственных средств, в размере 2 млн.руб..

Автомойка наиболее популярный бизнес среди тех, кто, не обладая какими-то специальными знаниями, желает начать доходное дело. Причем эту точку зрения нельзя назвать неверной: если вы сможете подобрать участок земли, расположенный рядом с автотрассой, получить права аренды на него, решить многочисленные бюрократические формальности и найти средства для покупки оборудования, то вам останется только своевременно подбирать моющие средства и получать прибыль.

Бизнес план автомойки описывает организацию работы ручной автомойки с двумя постами, работающую круглосуточно и без выходных. Такой бизнес имеет сравнительно высокую рентабельность.

2.2 Характеристика услуги

Открытие своей автомойки считается выгодным начинанием, несмотря на большой уровень конкуренции и проблемы с поиском места. Однако люди, которые занимаются непосредственно мойкой автомобиля, становятся основной статьёй расходов предпринимателя, который из-за этого вынужден держать цены на услуги на определённом и достаточно высоком уровне. Покрыть эти расходы посредством повышения цен тоже не всегда удаётся – всё благодаря наличию большого числа конкурентов. Получается, что рабочая сила – лишняя трата денег и для владельца автомойки, и для автолюбителей, которые собираются автомашину помыть. Но ведь очень многие водители в состоянии самостоятельно заняться очисткой своего автомобиля, не брезгуя подобной работой, и возможность предоставить им самоличную мойку становится хорошей идеей для собственного бизнеса.

До того как начать составление бизнес – плана автомойки самообслуживания, нужно выделить ключевые преимущества и недостатки по сравнению с классической мойкой, с наемным персоналом. Во – первых, это зарплаты сотрудникам. Кроме того, сотрудники часто оказывают услуги в обход кассы, так сказать, работая на свой карман, а вести учет всех их действий весьма проблематично. Во – вторых, если клиент моет машину сам, то и претензий по обслуживанию у него никаких не может быть. Да и вообще, водители любят свои машины, и большинство предпочитает мыть их самостоятельно. И самое важное – более низкая цена услуги, что позволит создать достойную конкуренцию даже самым раскрученным автомойкам.

Отличие *мойки самообслуживания* от обычных моек в том, что здесь Вы моете свой автомобиль самостоятельно, пользуясь штатным моечным оборудованием, и платите не за услугу мойки в целом, а за время пребывания на мойке, причем оплата идет поминутно. Стоимость одной минуты

составляет порядка 5 руб. Также стоимость мойки будет зависеть от выбора программ мойки.

Клиентам предоставляется на выбор 5 программ мойки:

1. Предварительная мойка «Шампунь»;
2. Основная мойка «Пена»;
3. Ополаскивание водой;
4. Обработка полимером «Воск»;
5. Финишное ополаскивание.

1-я программа – предварительная мойка «шампунь»: нанесение автохимии под низким давлением с использованием умягчённой воды. Происходит размягчение сильных загрязнений. Программа используется как подготовка к основной мойке.

2-я программа – основная мойка «пена»: оригинальная технология приготовления и нанесения бесконтактной воздушной пены I-Foam (Air Injection Foam). Независимо от длины копы и магистралей пена получается идеального качества при исключительно равномерном распылении. Пена с помощью оборудования получается действительно воздушной и эффективно очищает загрязнения на автомобиле.

3-я программа – ополаскивание «вода»: остатки загрязнений и химических средств после бесконтактной мойки удаляются очищенной и умягченной водой. Профессиональные пистолеты с двумя клапанами и системой незамерзания обладают мягкой и эргономичной ручкой.

4-я программа – обработка полимером «воск»: фильтрованная, умягчённая вода с полимером новейшего поколения покрывает чистую поверхность кузова автомобиля тонким прочным слоем с использованием технологии I-Wax.

5-я программа – финишное ополаскивание «осмос»: кузов ополаскивается умягчённой и деминерализованной водой с осушающим и обеспечивающим блеск средством. Использование этой программы предотвращает образование белесых пятен и разводов.

Мойка самообслуживания работает круглосуточно и посезонно.

Основным плюсом мойки самообслуживания является то, что открытие автомойки требуется меньше усилий и инвестиций, чем для открытия обычной ручной мойки. Для нее не требуется возводить полноценное здание, а только лишь навесы, защищающие моечные посты от дождя. То есть по большому счету мойка самообслуживания - это временное сооружение, которое можно разместить на арендованной земле. Данная мойка машин легко разбирается и переносится на другой участок. Конечно, будут какие-то небольшие потери, т.к. фундамент и подземные очистные для автомоек с собой не заберешь, но учитывая короткий срок окупаемости мойки, этими потерями можно пренебречь.

Преимущества данной автомойки:

Для владельцев:

- Низкие инвестиции;
- Отсутствие сложных проектных работ и крупных затрат на строительство автомойки;
- Отсутствие персонала;
- Полная автоматизация исключает воровство денег;
- Отсутствие претензий со стороны клиентов по качеству мойки машин или повреждений авто.

Для клиентов:

- Низкая стоимость автомойки ~ 200 рублей.
- Моечные посты снабжены всем необходимым оборудованием для осуществления быстрой мойки автомобилей;
- Удобная оплата, каждый пост оборудован монета – и купюра – приемником;
- Круглосуточная работа мойки машин.

Благодаря тому, что бизнес – план автомойки предусматривает оказание услуг силами самих автомобилистов, график работы автомойки

будет круглосуточным. Для того, чтобы помыть свое авто нужно будет пройти несколько этапов:

1. Заехать на пост;
2. Внести необходимую сумму денег в монета – и купюра –приемник и автомат включает таймер;
3. Пройти программу мытья авто;
4. Обдувка сжатым воздухом;
5. При нехватки времени есть возможность выбрать только определенный цикл мойки;
6. Возможность воспользоваться пылесосом для уборки салона.

Материально – техническая база, необходимая для создания необходимых условий будет выглядеть следующим образом:

Для создания автомойки самообслуживания предполагается аренда земли в 250 кв. м. по улице Некрасова, которая располагается в центральной части города Абакан. Следует знать, что выбор правильного месторасположения будущей автомойки является одним из самых важных пунктов, которые содержатся в данном бизнес – плане. Наилучшим вариантом размещения подобного центра является место с большим потоком автомобилей. Участок возьмем в аренду на длительный срок с последующим правом выкупа.

Перечень необходимого оборудования:

1. Терминал;
2. Пистолет основной;
3. Пистолет пенный;
4. Шланги /магистральи;
5. Механический фильтр тонкой очистки воды;
6. Система повышения давления;
7. Главная установка АМСО;
8. Оборудование для видеонаблюдения;
9. Профессиональный вакуумный сборщик мусора.

Поставщиком оборудования является компания ООО «АМС», которая предлагает инновационные технологии для организации моек самообслуживания.

2.3 Анализ рынка сбыта

Услуга автомойки самообслуживания будет действовать на внутреннем региональном рынке, с последующим географическим расширением.

Рынок сбыта автомойки самообслуживания сегментирован по следующим признакам:

1. Географический ареал: г. Абакан, г. Черногорск, г. Минусинск.
2. Услуга предоставляется для лиц с низким и среднегодовым денежным доходом;
3. В приоритете услуга предоставляется для лиц в возрасте от 18 до 45 лет.

Идея открытия автомойки с возможностью самостоятельного мытья авто в России новая. С помощью анализа рынка в сфере мытья автомобилей, бизнес – план автомойки самообслуживания строится на том, что конкуренция в этой области ниже, чем в ручной, поэтому и рентабельность данного вида деятельности более высокая, благодаря низким расценкам на услуги.

2.4 Анализ конкурентоспособности

Конкуренция на этом рынке достаточно высока. Это объясняется тем, что моечный бизнес в нашей стране далеко не нов.

Наш автомоечный комплекс по качеству оказания услуг имеет отличительные особенности:

- Сокращение времени мойки за счет использования самого

современного высокотехнологичного моечного оборудования;

- Наличие системы бонусных скидок;
- Использование качественных моющих средств;
- Круглосуточная работа автомойки.

Конкурентными преимуществами предприятия являются:

1. Месторасположение. Автомойка самообслуживания будет иметь очень удачное расположение, ул. Некрасова является одной из самых оживленных улиц города, в данном районе достаточно большой поток автомобилей;
2. Спектр услуг. Автомойка самообслуживания будет оказывать широкий спектр услуг;
3. Сроки выполнения услуг. Автомойка самообслуживания будет занимать минимально времени на помывку автомобиля;
4. Цены на услуги. Ценовая политика автомойки будет нацелена на завоевание клиентов при помощи более низких цен. Оплата будет происходить через аппарат приема денег;
5. Маркетинговая политика. Автомойка будет реализовывать систему скидок постоянным клиентам.

2.5 План маркетинга

Несмотря на большую конкуренцию в данной сфере, автомойка самообслуживания перспективный проект. Главное преимущество такого сервиса – цена, которая в 1,5 – 2 раза ниже, чем в классических мойках. В нашей стране, на данный момент открыто всего 10% автомоек самообслуживания, от общего числа моечных комплексов. Ниша фактически свободна.

В качестве рекламы услуг лучше всего использовать наружную рекламу. Особенно, если автомойка находится рядом с трассой. В таком

случае, одного – двух ярких баннеров будет достаточно, чтобы привлечь клиентов.

Также для привлечения клиентов можно сделать пробные продажи, т.е. сделать разовое бесплатное посещение автомойки. Это можно сделать с помощью флаеров.

Расходы на рекламные средства отражены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Расчет расходов на рекламу

Рекламное средство	Периоды выхода	Цена, шт.руб.	Кол-во, шт.	Стоимость за месяц, руб.
Наружная реклама (баннеры)	Постоянно	1000	2	2000
Флаеры	Месяц	2	800	1600
ИТОГО				3600

Из таблицы 2.2 видно что затраты на рекламу составят 3 600 рублей.

Маркетинговое исследование – социальный опрос.

Социальный опрос в городе Абакан был проведен через анкетирование. С анкетой можно ознакомиться в приложении А данной работы.

Целью настоящего исследования является получение и анализ первичной информации для выявления факторов, влияющих на отношение потенциальных клиентов к открытию автомойки самообслуживания, а также выявление их потребностей и предпочтений.

Количество опрошенных – 50 человек.

На первый вопрос «Укажите свой пол?», получены следующие ответы: мужской – 32 опрошенных, женский – 18 опрошенных. Анализ будет следующим (рисунок 2.1).

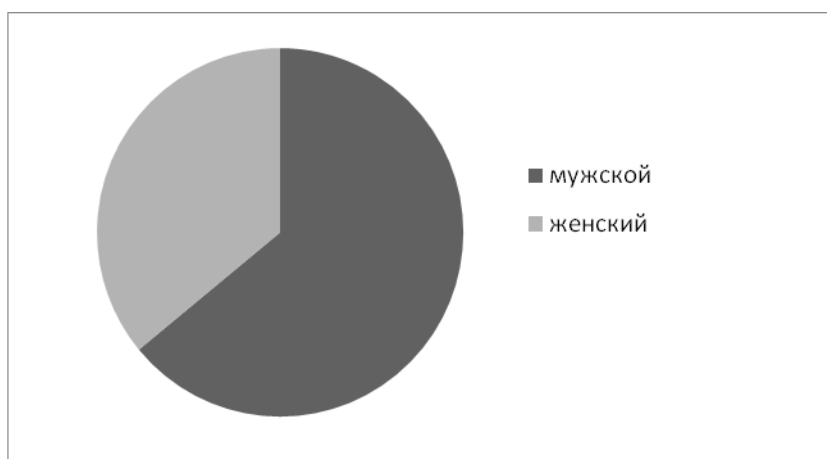


Рисунок 2.1 – Структура ответов на вопрос 1

Проанализировав ответы вопроса 1, можно сделать вывод что среди опрошенных преобладает мужской пол.

На второй вопрос «Укажите Ваш возраст », получены следующие ответы: 18 – 25 лет – 36%; 26 – 35 лет – 24%; 36 – 46 лет – 24%; +46 лет – 16%. Анализ будет следующим (рисунок 2.2).

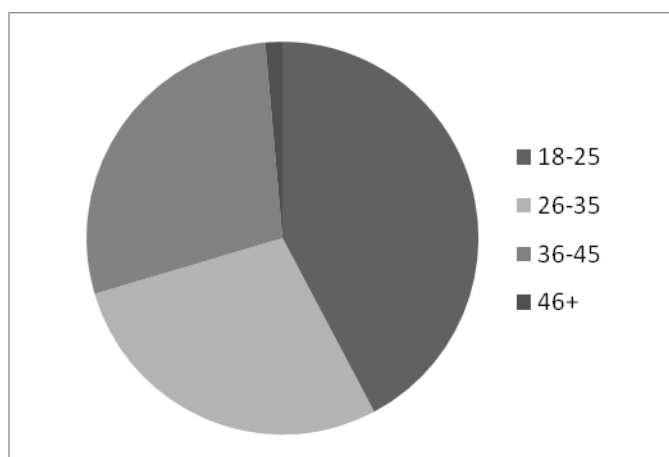


Рисунок 2.2 – Возрастная структура респондентов

Проанализировав ответы на вопрос 2, можно сделать вывод о том, что возраст большинства людей, заинтересованных в открытии автомойки самообслуживания – 18-25 лет.

На третий вопрос « Как часто Вы используете услуги автомоек?» даны следующие ответы: каждый день – 12 чел. ; один раз в неделю – 16 чел. ; 2-3 раза в неделю – 18 чел. ; 4 человека – предложили свой вариант. Анализ будет следующим (рисунок 2.3).

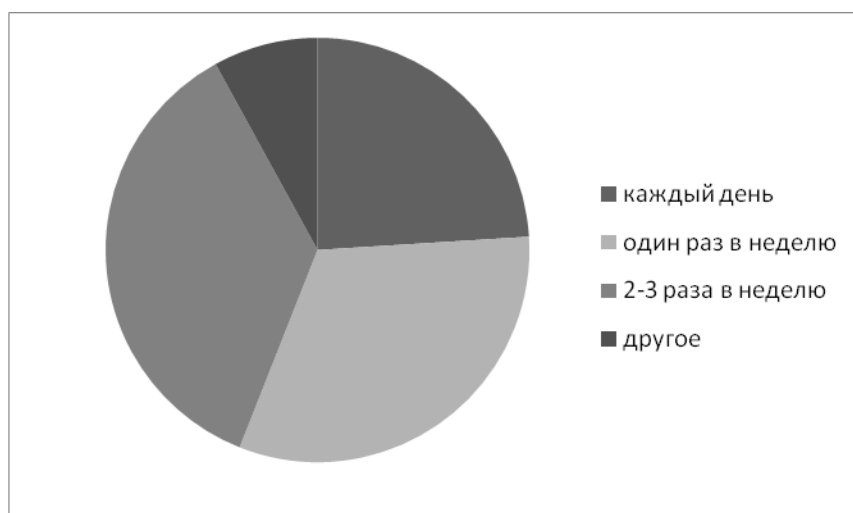


Рисунок 2.3 – Структура ответов на вопрос 3

Проанализировав ответы вопроса 3, можно сделать следующий вывод: большинство опрошенных моют свой автомобиль 2-3 раза в неделю.

На четвертый вопрос «Когда на неделе Вы обычно отводите время для мойки автомобиля?» ответили следующим образом: будние дни – 44 %, выходные дни – 56 %. Анализ будет следующим (рисунок 2.4).

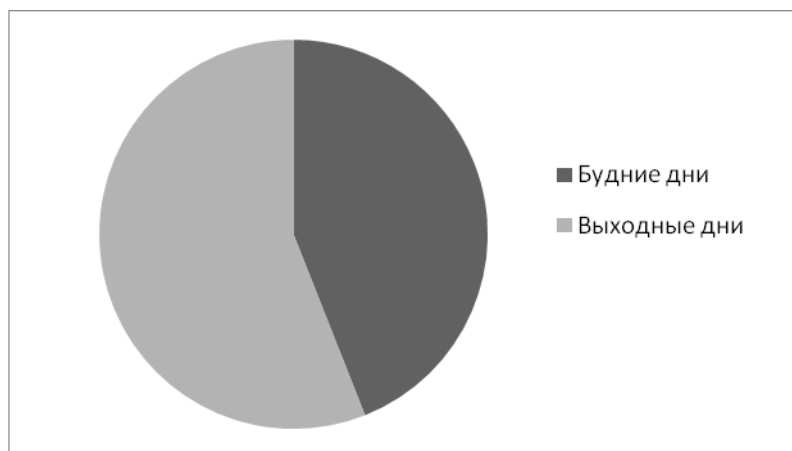


Рисунок 2.4 – Структура ответов на вопрос 4

Проанализировав ответы на данный вопрос, можно сделать вывод, что большинство опрошенных предпочитают мыть автомобиль в выходные дни.

На пятый вопрос «Какой способ ухода за автомобилем является для Вас более предпочтительным?» ответили следующим образом: 26 человек предпочитают мыть вручную, 17 человек предпочитают обычную мойку и для 7 человек способ ухода не имеет значения. Анализ будет следующим (рисунок 2.5).

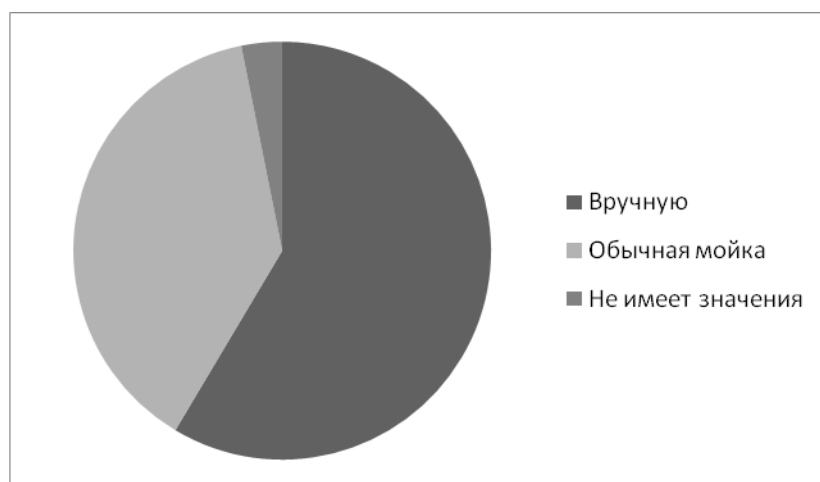


Рисунок 2.5 – Структура вопроса 5

Проанализировав ответы на вопрос 5 можно сделать вывод о том, что 52% опрошенных предпочитают вручную мыть свой автомобиль, 34% - обычная мойка и для 14% не имеет значения способ ухода за автомобилем.

На шестой вопрос «Имеете ли Вы желание самостоятельно пользоваться специальным оборудованием для мойки автомобиля?» ответили следующим образом: 14 человек не имеют желания самостоятельно пользоваться автомойкой, 5 человек имеют желания и у них есть опыт пользования такой автомойкой и 31 человек имеют желание, но нет опыта. Анализ будет следующим (рисунок 2.6).

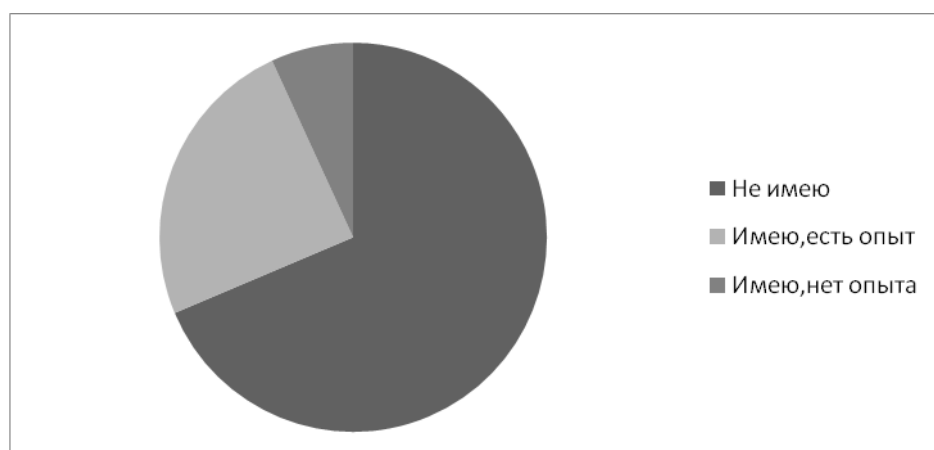


Рисунок 2.6 – Структура вопроса 6

Проанализировав ответы на вопрос 6, можно сделать следующий вывод: наибольшее число опрошенных имеют желание самостоятельно пользоваться автомойкой самообслуживания, но у них нет опыта.

На седьмой вопрос «Знаете ли Вы о том, что представляет из себя автомойка самообслуживания?» ответили следующим образом: 7 чел. не знают что представляет из себя автомойка самообслуживания, 12 чел. слышали об этом от знакомых, 26 чел. знают из интернета и 5 чел. пользовались уже такой автомойкой. Анализ будет следующим (рисунок 2.7).

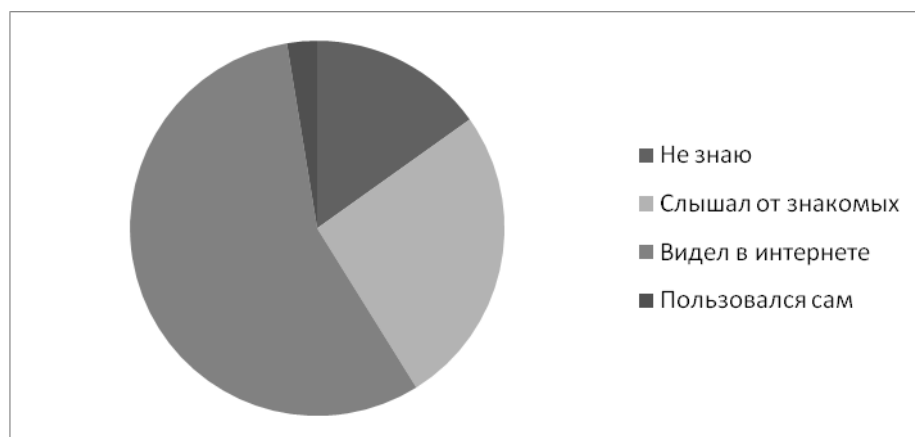


Рисунок 2.7 – Структура вопроса 7

Проанализировав ответы на данный вопрос, можно сделать вывод о том, что большинство людей знают что представляет из себя автомойка самообслуживания из интернета.

На восьмой вопрос «В какое время года Вы чаще всего будете пользоваться автомойкой самообслуживания?» ответили следующим образом: 13 человек летом, 12 человек осенью, 3 человека зимой, 8 человек весной и 14 человек не будут пользоваться вообще автомойкой. Анализ будет следующим (рисунок 2.8).

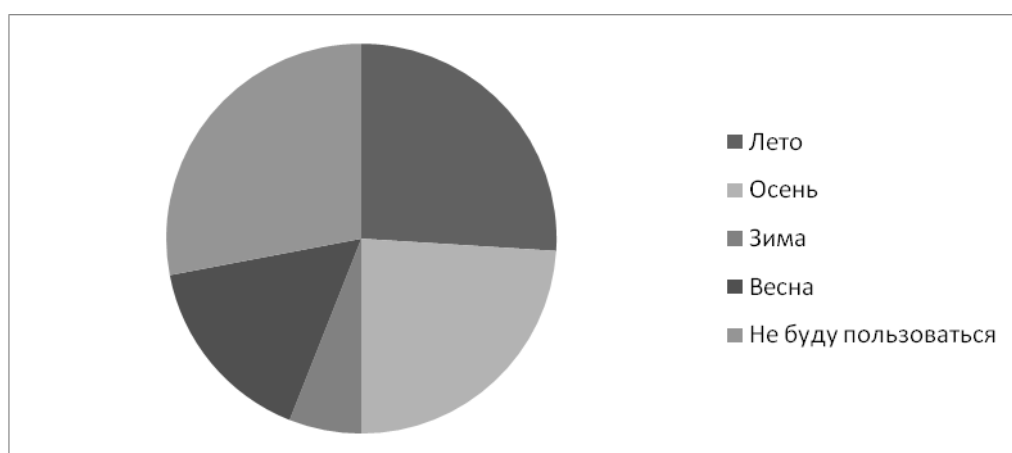


Рисунок 2.8 – Структура вопроса 8

Проанализировав данный вопрос, можно сделать вывод о том, что наибольшее предпочтение опрошенные отдают лету и осени.

На девятый вопрос «Хотели бы Вы видеть в вашем городе автомойку самообслуживания?» ответили следующим образом: 36 человек – да, 14 человек – нет. Анализ будет следующим (рисунок 2.9).

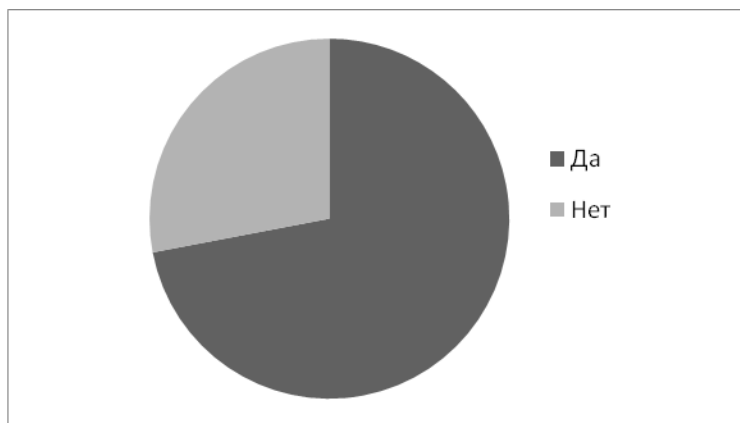


Рисунок 2.9 – Структура вопроса 9

Проанализировав вопрос 9, можно сделать вывод о том, что наибольшее число человек желали бы видеть в городе такую автомойку.

По итогам проведенного опроса видно, что автомойка самообслуживания будет востребована в городе Абакан.

2.6 Производственный и организационный план

Правовой статус организации – ИП.

Для организации работы данной автомойки необходимо привлечение персонала на должность администратора. Требуемый для организации производственного процесса персонал должен обладать необходимым опытом работы в данной сфере услуг.

Должностная инструкции для администратора:

Администратор организует бесперебойную работу предприятия. Организует снабжение средствами автохимии. Консультирует клиентов по вопросам, касающимся оказываемых услуг. Поддерживает на рабочих местах

атмосферу доброжелательности, подает личный пример в обслуживании клиентов. Контролирует, в общем качество, сроки годности автохимии, используемой на в работе. Обеспечивает общий контроль над оборудованием и прочими материальными ценностями.

Администратор должен знать:

- постановления, распоряжения, приказы, настоящую должностную инструкцию и другие руководящие и нормативные документы, касающиеся работы организации;
- виды оказываемых услуг;
- поставщиков, ассортимент и номенклатуру используемых средств автохимии;
- инструкцию пользования оборудованием;
- правила техники безопасности, производственной санитарии и гигиены, противопожарной безопасности, гражданской обороны;
- администратор должен обладать организаторскими способностями, коммуникабельностью, должен быть энергичен и позитивно настроен.

Организация обязуется:

- Предоставить работнику обозначенное в контракте рабочее место и имущество.
- Обеспечить работой по установленной в контракте специальности, должности, квалификации.
- Ежемесячно выплачивать заработную плату работнику в соответствии с положением об оплате труда.
- Работник подлежит всем видам социального страхования на период действия контракта.

Каждый работодатель обязан с доходов, выплачиваемых своим сотрудникам, ежемесячно перечислять страховые взносы во внебюджетные фонды:

- Пенсионный фонд.
- Фонд обязательного медицинского страхования.

– Фонд социального страхования.

Страховые взносы перечисляются в соответствии с общими тарифами, которые на каждый год устанавливает Правительство России.

В 2017 году применяются следующие тарифы: Пенсионный фонд – 22%; Фонд медицинского страхования – 5,1%; Фонд социального страхования – 2,9%.

В таблице 2.3 отражен план численности и заработной плате работников автомойки самообслуживания.

Таблица 2.3 – Фонд заработной платы с начислениями и страховыми взносами

Должность	Количество	Оклад (руб.)	Страховые взносы	Всего (руб.)
Администратор	2	15 000	4 500	39 000
ИТОГО	2			39 000

Открытие бизнеса начинается с поиска подходящего земельного участка под размещение автомойки. Главные условия здесь: наличие большого трафика автомобилей, удобные подъездные пути, отсутствие конкурентов. В идеале, это должен быть участок в черте крупного города, в непосредственной близости к автотрассе, автосервису или автозаправке. В таком случае, можно гарантировано получить большой поток клиентов. Также нужно смотреть на наличие в непосредственной близости других автомоек, АЗС.

Автомойка будет располагаться в г. Абакан по улице Некрасова, 35, рядом имеется АЗС, исходя из этого можно сделать вывод, что это оптимальный вариант размещения автомойки.

Участок возьмем в аренду на длительный срок с последующим правом выкупа.

Автомойкам самообслуживания не нужны мойщики автомобилей.

Разрешения, необходимые для выполнения проекта: договор аренды или покупки земли, разрешение органов Роспотребнадзора, Ростехнадзора, управления окружающей среды и пожарной охраны на открытие автомойки.

Считаем, что график работы автомойки будет 24-часовым. Среднее время, необходимое на мойку одного авто примерно 40 мин..

При подготовке сметы-спецификации на оборудование составлен подробный перечень оборудования, мебели, оргтехники необходимой для ведения предпринимательской деятельности. Указано количество единиц необходимого оборудования и примерная цена, по которой планируется его приобрести. Цены взяты с сайтов официальных представителей фирм, торгующих технологиями для организации моек самообслуживания.

Смета-спецификация на оборудование отражена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – смета-спецификация на оборудование

Наименование	Количество, шт.	Сумма, тыс. руб.
Терминал	2	234,0
Пистолет основной	2	50,0
Пистолет пенный	2	50,0
Шланги/магистраль	2	60,0
Механический фильтр тонкой очистки воды	2	8,0
Система повышения давления	2	170,0
Главная установка АМСО	1	500,0
Оборудование для видеонаблюдения	6	106,0
Профессиональный вакуумный сборщик мусора (водопылесос)	2	60,0
ИТОГО	19	1 238,0

Из таблицы 2.5 видно, что затраты на необходимое оборудование составляют 1 238,0 тыс.рублей.

Далее приводятся сводные затраты на ремонт а также затраты на приобретение оборудования (таблица 2.6).

Таблица 2.6 – Сводная смета капитальных затрат

Статьи	Сумма, тыс.руб
Оборудование	1 238,0
Земля(аренда)+строительство	400,0
Электрические работы	158,0
Проведение воды	204,0
ИТОГО	2 000,0

Определим производственную программу.

Производственная программа представлена в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Производственная программа

Вид услуги	Единица измерения	Объем реализации в месяц	Объем реализации в год
Посещение автомойки	шт	720	5 760

Стоимость одного посещения автомойки стоит 200 рублей.

2.7 Финансовый план

В данном разделе бизнес-плана оценивается способность проекта обеспечивать поступление денежных средств в объеме, достаточном для обеспечения самоокупаемости и возврата заемных средств.

1. Примерный объем сбыта услуг.

На основе производственной программы (Таблица 2.7) рассчитан прогнозируемый объем реализации услуг, он отражен в таблице 2.8.

Валовый доход за месяц рассчитывается по формуле:

Сумма валового дохода за месяц = выручка от реализации 1-го вида продукции за месяц + от реализации 2-го вида продукции за месяц + ... + от реализации n-го вида продукции за месяц

Сумма валового дохода за месяц составит:

$$720 \cdot 200 = 144\,000 \text{ рублей}$$

Расчет годовой суммы валового дохода:

Годовая сумма валового дохода равна сумме валового дохода за 12 месяцев, отсюда годовая сумма валового дохода будет равна:

$$144\,000 \cdot 8 = 1\,152\,000 \text{ рублей}$$

Таблица 2.8 – Прогнозируемый объем реализации услуг

Вид услуги, показатель	Единица измерения	Величина показателя за месяц	Величина показателя за год
Посещение автомойки			
Цена за ед.	Руб.	200	200
Объем продаж	Машино-час	720	5 760
Выручка от реализации	Руб.	144 000	1 152 000
Сумма валового дохода	Руб.	144 000	1 152 000

Исходя из данных таблицы 2.8 можно сделать следующий вывод:
выручка от реализации за год составит 1 152 000 тыс.рублей.

Расчет показателей прибыли

Исключительно важную роль в системе оценки результативности, деловых качеств предприятия и степени его надежности играют показатели

прибыли. В прибыли аккумулируются все доходы, расходы, обобщаются результаты деятельности предприятия.

В таблице 2.9 отражены постоянные расходы предприятия.

Таблица 2.9 – Постоянные расходы

Наименование затрат	Месяц	Год
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Аренда	33 330	400 000
Электроэнергия	4 298	34 384
Водоснабжение	4 276	34 208
Водоотвод	8 356	66 848
Закупка моющих средств	17 000	136 000
Реклама	3 600	3 600
ИТОГО	70 860	675 040

Исходя из данных таблицы 2.9, можно сделать вывод о том, что постоянные расходы за год равны 675 040 тыс. рублей. Больше всего затрат уходит на аренду помещения, а также на закупку моющих средств.

Далее рассчитаем прибыль (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Расчет прибыли

№ п/п	Показатели	За месяц, руб	За год, руб.
1.	Выручка от реализации услуг	144 000	1 152 000
2.	Расходы, в т.ч.:		
2.1.	Транспортно-заготовительные расходы	-	-

2.2.	Заработная плата	39 000	312 000
2.3.	Арендная плата	33 330	400 000
2.4.	Расход на оплату коммунальных услуг	16 930	135 440
2.5.	Оплата за интернет	-	-
2.6.	Реклама	3 600	3 600
2.7.	Инвентарь	-	-
2.8.	Расходы на сырье, товары, корма	-	-
2.9.	Отчисления за ИП	-	-
2.10.	Прочие расходы	-	-
2.11.	Непредвиденные расходы	-	-
Всего расходов		92 860	851 040
3.	Налогооблагаемая база	144 000	1 152 000
4.	Налог	5 760	69 120
5.	Чистая прибыль	78 620	628 960

Налог УСН составит 6 % от дохода.

$$1\,152\,000 \cdot 0,06 = 69\,120 \text{ рублей.}$$

Сумма налога на год равными долями на каждый месяц составит:

$$69\,120 / 12 = 5\,760 \text{ рублей.}$$

Рассчитаем показатели месячной и годовой прибыли:

Прибыль до налогообложения равна: выручка от реализации товаров минус расходы (за исключением налогов);

$$144\,000 - 92\,860 = 51\,140 \text{ руб.}$$

Чистая прибыль за 1 месяц равна: прибыль до налогообложения минус налоги;

$$51\,140 - 5\,760 = 45\,380 \text{ руб.}$$

Чистая прибыль в год равна чистой прибыли за 12 месяцев:

$$45\,380 \cdot 12 = 544\,560 \text{ руб.}$$

2. Расчет рентабельности

Рентабельность характеризует степень доходности, выгодности и прибыльности. Показатель рентабельности позволяет оценить, какую прибыль имеет организация с каждого рубля, вложенного в активы.

Уровень рентабельности характеризует отношение прибыли к величине выручки от реализации продукции (услуг), выраженное в процентах:

Уровень рентабельности равен: чистая прибыль деленая на выручку от реализации и умноженная на 100%.

$$(45\,380 / 144\,000) * 100\% = 31,0 \%$$

Необходимо так же указать срок окупаемости проекта. Срок окупаемости – это период времени, необходимый для того, чтобы доходы, получаемые от деятельности, покрыли затраты на открытие этой деятельности.

$\text{Сок} = \text{Затраты} / \text{Выручка}$,

где, Сок – срок окупаемости

Затраты – затраты связанные с производством;

Вр – выручка.

Затраты на открытие автомойки самообслуживания составляют 2 млн.руб..

Чистая прибыль составит 45 380 рублей в месяц.

$\text{Сок} = 2\,000\,000 / 45\,380 = 44 \text{ мес.} \sim 4 \text{ года.}$

Срок окупаемости проекта составит четыре года.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе была изучена тема бизнес-планирования и разработки бизнес-плана с теоретических и практических позиций.

В процессе написания теоретической части было установлено, что бизнес-планирование и бизнес-план – неоспоримо важные элементы деятельности любого предприятия, необходимые для обеспечения ее эффективности, потому как они позволяют:

- разрабатывать и реализовывать конкретные направления деятельности бизнеса или предприятия, его цели, соответствующие объективным требованиям рынка и его перспективам;

- более тщательно разрабатывать и осуществлять маркетинговые мероприятия по исследованию рынка, рекламе, ценообразованию, каналам сбыта, стимулированию продаж;

- планировать переподготовку персонала обосновывать соответствие подготовки персонала возрастающим требованиям;

- привлекать инвестиции или партнерский бизнес, капитал и новые технологии;

- усиливать влияние компании и решать проблему адаптации продукции в условиях динамики рынков, происходящих изменений в законодательстве;

- позволяет прогнозировать и нейтрализовать риски;

- использовать положительный опыт работы партнеров и конкурентных организаций.

Сегодня для развития любого производства, как никогда актуален бизнес-план, так как нестабильность внешней экономики заставляет предпринимателя рассчитывать все свои действия и предпринятые шаги.

На основе теоретических предпосылок в последующем процессе работы была осуществлена разработка бизнес-плана по открытию автомойки в городе Абакане.

Главной целью проектируемой организации является создание эффективного бизнеса и проникновение на рынок.

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание автомойки самообслуживания является прибыльным и перспективным. Одним из главных условий его функционирования является наличие достаточного количества инвестиций, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности на данном рынке. Финансовые вложения будут приносить прибыль, а предприятие выполнять свою непосредственную задачу, необходимую экономике и обществу в течение долгого времени.

Таким образом, данная работа имеет не только теоретическое, но и практическое значение. Цель и задачи, поставленные в работе, выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аминева З.С. Распространенные ошибки при составлении бизнес-плана // Начало в науке (материалы Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов) - 2015. - С. 124-125.
2. Бадалян В.В., Салтанова Т.А. Технологические схемы разработки бизнес-планов на современных предприятиях // Современные тенденции развития науки и технологий. - 2016. - № 2-6. - С. 30-34.
3. Басараба А.Ю., Еременко Н.В. Бизнес-план как инструмент управления деятельностью предприятия // Научные труды SWorld. - 2014. - Т. 23. - № 4.- С. 38-41
4. Белал А.А., Голубева Л.Ф. Основные категории бизнес-плана // Социально-экономические явления и процессы. - 2015. - Т. 10. - № 3. - С. 7-12
5. Беренс В.С., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В.С. Беренс, П.М. Хавранек - М.: ИНФРА-М, 2012 г.- 110 с.
6. Бизнес-планирование / под ред. Черняка В.З., Чараева Г.Г. - Изд.: Юнити-Дана. 2012 г. - 591 с.
7. Бизнес-планирование / под ред. Т.Г. Пападюк, В.Я. Горфинкель. – М.: Инфра-М, 2013. – 304 с.
8. Буров В.П. Бизнес-план фирмы: теория и практика / В.П. Буров, А.Л. Ломакин - М.: Инфра-М, 2012 г. – 115 с.
9. Вест А. Бизнес-план / пер. с англ. Н.И. Алмазовой, И.Ю. Булиной - М.: Изд-во Проспект, 2014 г. – 270 с.
10. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
11. Григорьев М.С., Сергеева Е.В. бизнес-план как инструмент управления // Экономика. Общество. Человек (межвузовский сборник научных трудов). - 2014. - С. 106-108.

12. Григорьева Н. В. Финансовый план как важнейшая составляющая бизнес-плана // Молодой ученый. — 2016. — №7. — С. 819-822
13. Добрикова Ю.В., Еременко Н.В. Роль бизнес-плана в становлении фирмы // Научные труды SWorld. - 2014. - Т. 23. - № 4. - С. 41-43
14. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2013. - 432 с.
15. Жусупова А.Б. Проблемы внедрения бизнес-планирования и пути их решения // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. - 2013. - № 4. - С. 182-185
16. Зудбинова Т.А. Бизнес-планирование. Лучший способ предотвратить ошибки / Т.А. Зудбинова - Изд.: Феникс. 2014г. — 240с.
17. Кари Чапин Handmade. Придумай и сделай бизнес своими руками / Чапин Кари - Изд.: Манн, Иванов и Фербе. 2015г. — 272с.
18. Коренько Е.А., Колмаков Е.В., Пахомова Е.С. Система бизнес-планирования на предприятии как основа выработки оптимальных управленческих решений // Социально-экономические явления и процессы. - 2012. - № 7-8 (41-42). - С. 85-90
19. Красильникова Л.Е. Бизнес-план — основа предпринимательской деятельности // Актуальные проблемы аграрной науки в XXI веке (материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции). - 2014. - С. 52-58.
20. Кривошей В. А. Проблемы инвестиционной привлекательности // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2012. — № 3. — С. 366 — 372.
21. Кротова В.В. о развитии инструментария бизнес-планирования // Вестник Череповецкого государственного университета. - 2012. - Т. 2. - № 39-2. С. 40-44.
22. Кузнецова Е. Г. Бизнес-план: стратегия и тактика предприятия // Экономический журнал. — 2013. — № 2. — С. 136 — 147.
23. Липсиц И.А. Бизнес-план — основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2012. — 112 с.

24. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с.
25. Насыбулина В.П., Поддубный Е.М. Бизнес-планирование / В.П. Насыбулина, Е.М. Поддубный - Краснодар, 2016. – 28 с.
26. Орлова Е.Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова – Омега-Л, 2016. – 176 с.
27. Остервальдер А., Ив Пинье Построение бизнес-моделей / А. Остервальдер, Ив Пинье - Изд.: Альпина Паблишер. 2015 г. -288с.
28. Петухова С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.
29. Романова М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
30. Савельев Ю.В. Бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов / Ю.В. Савельев, Е.В. Жирнель – Изд.: Петрозаводск, 2011г.- 410с.
31. Сатаев А.М. Азбука бизнес-планирования / А.М. Сатаев - Изд.: Юриспруденция, 2013 г. - 127 с.
32. Стартап: Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 616 с.